

УНИФИКАЦИЯ ИНТЕРФЕЙСОВ ДЛЯ РЫНОЧНЫХ СЕГМЕНТОВ

Е.О. Рык, 5 курс

Научный руководитель – Е.А. Хартман

Белорусский государственный экономический университет

Основным направлением государственной политики в социально-экономическом развитии Республики Беларусь на 2011-2015 годы являются инновации, позволяющие обеспечить устойчивое развитие экономики страны и повышение благосостояния и качества жизни населения.

Для ее реализации, белорусским предприятиям предстоит выходить на более высокий информационный уровень, предполагающий взаимодействие с корпоративными информационными системами, работающими в глобальной сети Интернет.

Взаимодействие корпоративной информационной системы с глобальной сетью Интернет осуществляется посредством интерфейса, который влияет на физическую совместимость с внешними устройствами, информационную интеграцию, а также на восприятие предприятия внешними пользователями.

Создавая интерфейс информационной системы для конкретного сегмента потребителей в сети Интернет необходимо учитывать их информационные потребности, а также структурные компоненты интерфейса, отображающие определенную информацию.

Анализ сайтов белорусских предприятий показал наличие рыночных сегментов потребителей информации. К ним можно отнести следующие группы:

Покупатели – лица выявившие желание приобрести товар. Для данного сегмента рынка представляет интерес информация о предприятии и его продукции.

Партнёры – лица, выявившие желание сотрудничать с предприятием. Для данной категории интерес представляет те обязанности и возможности, которые могут возникнуть при подписании договора о сотрудничестве. Поставщиков интересуют потребности предприятия в сырье, материалах и комплектующих изделиях, а также цены и условия поставок. Дилеров – продукция предприятия, а также скидки и льготы при сотрудничестве.

Работники (как реальные, так и потенциальные) – лица выявившие желание работать на предприятии. Их интересуют: социальный пакет, предоставляемый работникам предприятия, а также формы, виды работ и оклады, возможность удалённой работы на предприятии.

Представители каждого из этих сегментов имеют свой интерес к предприятию и информации, представленной в информационной системе, поэтому для каждого из них должным образом должны быть организованы соответствующие структурные компоненты интерфейса.

Анализ 300 сайтов 6-ти межотраслевых комплексов показал, что структура интерфейса сайта предприятия не всегда отвечает требованиям целевых сегментов. Так, например, для покупателей (таблица 1), наихудшим образом представлена информация о результатах потребления (использования) продукции – среднее значение всего только 8%, наибольшее внимание уделено организации главной страницы – 94 %.

Таблица – Структурные компоненты интерфейса для покупателей

| Комплексы | Главная/ Домашняя | | О компании | | Про-во/ услуги | | Каталог продукции | | Новости | | Фото-галерея | | Сертификаты | | Отзывы | | Статьи | | Контакты | |
|-----------|----------------------|-----------|------------|-----------|----------------|-----------|----------------------|-----------|---------|-----------|--------------|----------|-------------|-----------|--------|----------|--------|-----------|----------|-----------|
| | Зн. | % | Зн. | % | Зн. | % | Зн. | % | Зн. | % | Зн. | % | Зн. | % | Зн. | % | Зн. | % | Зн. | % |
| 1 | 42 | 84 | 44 | 88 | 15 | 30 | 36 | 72 | 26 | 52 | 5 | 10 | 9 | 18 | 7 | 14 | 8 | 16 | 45 | 90 |
| 2 | 42 | 84 | 44 | 88 | 10 | 20 | 38 | 76 | 20 | 40 | 3 | 6 | 2 | 4 | 2 | 4 | 7 | 14 | 44 | 88 |
| 3 | 48 | 96 | 45 | 90 | 5 | 10 | 36 | 72 | 26 | 52 | 2 | 4 | 2 | 4 | 8 | 16 | 13 | 26 | 42 | 84 |
| 4 | 50 | 100 | 43 | 86 | 3 | 6 | 14 | 28 | 28 | 56 | 0 | 0 | 8 | 16 | 2 | 4 | 5 | 10 | 41 | 82 |
| 5 | 49 | 98 | 36 | 72 | 7 | 14 | 32 | 64 | 17 | 34 | 9 | 18 | 6 | 12 | 2 | 4 | 6 | 12 | 45 | 90 |
| 6 | 50 | 100 | 40 | 80 | 9 | 18 | 21 | 42 | 36 | 72 | 8 | 16 | 4 | 8 | 2 | 4 | 11 | 22 | 44 | 88 |
| Итого: | 281 | 94 | 252 | 84 | 49 | 16 | 177 | 59 | 153 | 51 | 27 | 9 | 31 | 10 | 23 | 8 | 50 | 17 | 261 | 87 |

1 – Промышленный комплекс, 2 – Агропромышленный комплекс, 3 – Социально-потребительский комплекс, 4 – Комплекс социально-культурных отраслей, 5 – Строительный комплекс, 6 – Транспорт и связь.

Облегчить поиск необходимой информации представителем каждого сегмента рынка, а также улучшить образ белорусских предприятий в сети Интернет позволит унификация интерфейсов информационной системы, где наиболее важными направлениями унификации являются:

– структура сайта, отражающая наиболее важные информационные блоки предприятия. Унификация направлена на рациональное выделение и последовательное расположение информационных блоков;

– обратная связь с посетителями сайта (электронное сообщение, электронная заявка, опрос посетителей, чат, конференции и др.). Важными моментами являются целесообразность их использования и рациональное расположение на сайте, учитывая взаимодействие предприятия с различными сегментами рынка;

- поиск информации (поиск по сайту, по каталогу, структура сайта). Унификация направлена на наименование структуры в соответствии с выполняемыми ею функциями, а также целесообразное расположение на сайте;
- взаимодействие с другими сайтами предприятий посредством расположения ссылок на них, а также учёт сайтов, ссылающихся на сайт предприятия. Важным здесь является оптимальное количество ссылок на сайте и эффективное расположение ссылок на других сайтах;
- каталог продукции и использование его как элемента общего интерфейса сайта. Важность представляет целесообразность расположения и формы представления каталога;
- изображения и фотографии. Унификация направлена на определение оптимального размера фотографии, обеспечивая при этом соответствующее качество его просмотра.

Унификация определяется как приведение к единообразию, к единой форме или системе [1], поэтому обобщенную унифицированную информационную структуру можно выразить схемой, изображённой на рисунке. Схема отражает основные направления взаимодействия предприятия с рынком в сети Интернет.

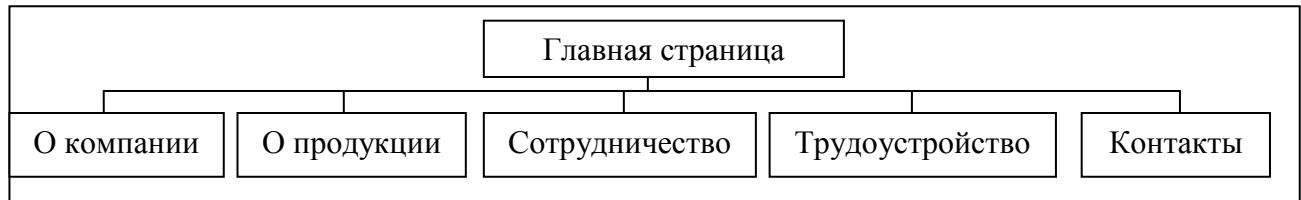


Рисунок – Обобщенная унифицированная информационная структура

Таким образом, унификация интерфейсов информационной системы позволит улучшить образ белорусских предприятий на международном рынке, что создаст более благоприятный климат для привлечения инвестиций и осуществления инновационной деятельности в Республике Беларусь.

Список использованных источников

1. Унификация // Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Унификация> – Дата доступа: 3.12.2010.
2. Основные положения программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 годы // Беларусь сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://law.sb.by/1002/> – Дата доступа: 3.12.2010.